

吃个午饭的时间就能美容？ “快餐式”轻医美需谨慎

■新华每日电讯记者 胡林果 霍思颖

吃个午饭的时间就能做医美、一顿大餐的费用就能购买医美项目、打开手机APP就能预约时间……近年来在“颜值经济”的驱动下，轻医美市场占比快速提升，保持着每年15%以上的规模增长。

新华每日电讯记者调查发现，轻医美项目受热捧的同时，也逐渐成为消费纠纷“重灾区”。专家认为，中国轻医美市场快速发展，整个市场发展潜力巨大。为了规范该领域，相关部门应加强监管力度，帮助提高消费者的辨识能力和自我保护意识。

低价引流 “团购”“秒杀”受热捧

“水光针299”“光子嫩肤99”“刷酸399”……广州的吴女士打开团购APP，在“美学美容”栏目下看到，广州市内的多家医疗美容机构在该平台上推出了团购套餐，有的项目消费量高达5000次。

页面上还有不少消费者展示了“玻尿酸填充下巴前后对比图”“假体隆鼻3天后效果分享图”“双眼皮术前术后对比图”等。实惠的价格、真人展示、客服一对一指导，这些都让吴女士跃跃欲试。

近年来，轻医美已成为推动医美市场增长的强劲动力，水光针、光子嫩肤、热玛吉等都是常见的轻医美项目。广东省第二人民医院整形美容科主治医师刘艳华介绍，轻医美是介于手术整形和生活美容之间的专业医疗美容项目，是通过无创或微创医学疗法，用先进的产品、器械、医学手段等满足求美诉求。

这些项目通常通过注射、激光等方式，针对肌肤的多种问题进行改善，如淡化皱纹、美白肤色、提升肌肤紧致度等。因治疗时间短，不少人称之为“午餐式”美容——吃个午饭的时间即可完成，不影响正常工作。

艾媒咨询近日发布的《2024年中国生活美容及轻医美市场研究报告》显示，2017年至2023年，中国轻医美市场用户规模不断增长，在2023年用户规模达2354万，预计到2025年将达到3105万人。艾媒咨询分析师认为，用户规模的持续增长，表明中国轻医美市场呈现快速发展趋势，整个市场仍有巨大的发展潜力。

据企查查显示，近十年，我

国医美相关企业注册量呈持续增长态势。2023年，我国医美相关企业注册量达4.66万家，同比增长38.61%；预计到2026年，我国轻医美市场规模将突破3000亿元。

然而，便捷性和低门槛的背后，轻医美带来的问题也愈发凸显。上海市消保委的数据显示，2023年上海市消保委系统受理美容、医美等相关投诉9773件。突出问题有：美容抗衰、轻医美服务水平良莠不齐，消费者维权举证难；机构夸大效果、以低价为噱头吸引消费者，实际消费时却以多重话术诱导加价下单；机构存在经营资质不全、收费不透明、价格不公示等情况。

此外，记者调查还发现，不少线下工作室、美容院甚至美甲店也打起了医美擦边球。这些机构往往不具备专业医疗设备和资质，但为了追求利润，擅自开展医美项目。今年以来，全国已有多地查处涉及轻医美的相关案件，今年5月，兰州警方通报，捣毁家庭式医美“黑诊所”6处，警方查处用于存放肉毒素仓库3处，查获注射用A型肉毒杆菌等3万余件。

价格战“厮杀” 轻医美“入坑”需谨慎

记者调查发现，轻医美乱象问题频发的背后，主要包括以下三大问题。

首先，拼投放、拼引流，电商平台诱导美容机构打价格战。“在小红书上，医美机构不能打广告，只能投放‘表单’，就

是展示各种项目的费用，消费者点击进去之后，就有医美机构客服一对一接单。”广州一家医疗美容机构负责人告诉记者，为了网上拉客，该医美机构设置了几十人的“电销团队”。

深圳某医疗美容机构负责人吴贵川介绍，在电商和新媒体平台中，正规医美机构不可以介绍产品技术、医生亮点，只能露出一个产品名字和价格，到最后就成为各家“价格战”。

吴女士告诉记者：“有的团购页面上显示99元，但实际到店后工作人员就说这个产品没有了，会推荐价格更高的。”上海消保委的通报显示，美容、医美等相关投诉主要问题之一就是：以低价为噱头吸引消费者，实际消费时却以多重话术诱导加价下单。

“让我做完项目在APP上发对比图，就可以返现，或者赠送项目。”佛山市消费者张女士告诉记者，她认为做的医美项目并不符合预期，但是医美机构说可以“好评返现”“发图赠项目”，于是自己就照做了。

其次，耗材重复使用，医美机构侵害消费者权益事件时有发生。尽管国家有关部门对医疗美容行为有明确管理规定，必须遵循“场地、人员、设备”的“三管理”，但是，一名医美行业内部人士告诉记者，正规医疗美容机构中也不乏“门道”，需要搭配耗材使用的光电类项目问题尤其突出——有正规操作人员二次售卖“探头”，或者在注射项目时做手脚——给顾客看的针剂和实际注射的

不一样。

比如，热玛吉是改善皮肤的一种常用美容方式，但是热玛吉的费用昂贵，且仪器探头是一次性的，因此有人专门去医美机构回收用过的探头，内部人士称“拿回去捣鼓一下，可以通过软件破解，消除数据后再低价转卖出去”。深圳半岛医疗集团公共关系部总监刘新星告诉记者，如果探头重复使用很可能会引起皮肤感染。

此外，医疗器械网络违法销售，进一步滋生医美机构乱象。广州一家医疗科技有限公司负责人告诉记者，目前随着网络社交分享平台的流行和网购医疗器械便利化，有的消费者甚至自行在网上购买了原本只能用于涂抹的产品，到医疗美容机构找专业的人注射。

“如现在很火的‘铂金三文鱼’水光，实际是‘械’字号二类医疗器械，网上可以轻易购买到，一些不负责任的医美机构还会帮顾客注射。”上述医疗科技公司负责人说，此外，部分网购产品可能存在鱼龙混杂的问题，“一些网店并不具备销售医疗器械的资质，但依然销售二类医疗器械，这种情况下，其销售的产品则很有可能是假冒伪劣”。

记者了解到，网售假冒医疗器械尤其是注射类产品的现象多发。今年3月，重庆警方破获一起涉医疗美容行业生产、销售假药案，捣毁3家销售假药的医美机构和2处生产假药的黑窝点，查扣假冒伪劣肉毒素9万余瓶、麻膏150余公斤，涉案金额超2亿元。

加强合规化管理 行业监管刻不容缓

轻医美为消费者带来了便捷和选择，但也存在诸多问题和挑战，业内人士建议通过加强监管、提高行业规范度和消费者自我保护意识，确保医美市场的健康发展：

一是加强对各大电商平台、直播间的监管。“通过‘好评返现’等行为诱导用户发图，既是虚假宣传，也涉嫌违法违规发布医疗广告。”广州大学法学院教授欧卫安认为，对于医疗范畴的广告，国家法律有着明确规定，要严格监管上述网络消费平台“好评返现”等变相医美广告的行为。

二是加强对医美机构操作合规化的监管。刘艳华介绍，目前很多消费者通过非法医美造成了人身伤害，有的甚至因打破尿酸导致失明。对此她建议，政府和相关部门应加强对医美市场的监管，建立健全医美机构的资质认证和监管制度；加强对医美从业人员的培训和考核，提高医美从业人员的专业素养和操作技能。

三是加强消费者科普教育。在“无痛、微创、见效快”等广告效应的吸引下，不少消费者忽视了轻医美本质上也是医疗美容，缺少警惕意识和风险预估。欧卫安建议多渠道向公众普及医美知识，提高消费者的辨识能力和自我保护意识。此外，还应该引导大众理性看待“颜值焦虑”，学会欣赏自己，不要陷入无止境的负面情绪和认知。



寄快递需“刷脸”？

近日，上海不少市民发现，前往快递网点或自助柜机寄送快递时，还需要进行人脸验证。对此，相关部门作出回应，因近期国家邮政局有关部门正在组织各总部寄递企业进行企业内部实名收寄管理制度、实名收寄整体流程、企业信息系统收寄流程等进行流程再造，要求初次在某品牌快递企业寄件的，需出示、查验、登记身份信息，第二次寄递的需查验身份信息。但是，对于人脸识别技术，作为身份信息识别的辅助，目前正在试点应用，不作强制性推荐。

人民视觉